

スイッチが爆売れしたこと

マリオカートの新作と同時発売

抽選型式にして希少価値を上げる 転売ヤー防止 アメリカでは先着順

任天堂というブランド+マリオ知名度

スペックが向上

USP「一人でもみんなでもきれいな画面ですぐ enjoy」

3c

顧客中学生などのこどもやゲーム好きの大人むけ

競合 PS5

自社ネームバリュー

前作のスイッチが多く売れている

SWOT 分析

S:強み

- ・ 高画質、高 fps

- ・ 任天堂のブランド力

W:弱み

- ・ 従来の家庭用ゲーム機と比べると高価

- ・ 顧客がゲーム好きに限られる

O:機会

- ・ 新作ゲーム機という話題性

T:脅威

- ・ PC ゲームやスマホゲーム